

Fur Apparel

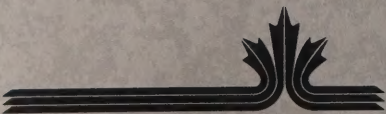
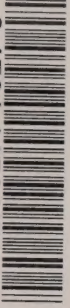
Government
Publications

I
N
D
U
S
T
R
Y

P
R
O
F
I
L
E

CAI
IST 1
-1991
F 71

3 1761 11764590 3



Industry, Science and
Technology Canada

Industrie, Sciences et
Technologie Canada

Business Service Centres / International Trade Centres

Industry, Science and Technology Canada (ISTC) and International Trade Canada (ITC) have established information centres in regional offices across the country to provide clients with a gateway into the complete range of ISTC and ITC services, information products, programs and expertise in industry and trade matters. For additional information contact any of the offices listed below.

Newfoundland

Atlantic Place
Suite 504, 215 Water Street
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel.: (709) 772-ISTC
Fax: (709) 772-5093

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
National Bank Tower
Suite 400, 134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel.: (902) 566-7400
Fax: (902) 566-7450

Nova Scotia

Central Guaranty Trust Tower
5th Floor, 1801 Hollis Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel.: (902) 426-ISTC
Fax: (902) 426-2624

New Brunswick

Assumption Place
12th Floor, 770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON, New Brunswick
E1C 8P9
Tel.: (506) 857-ISTC
Fax: (506) 851-6429

Quebec

Tour de la Bourse
Suite 3800, 800 Place Victoria
P.O. Box 247
MONTREAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel.: (514) 283-8185
1-800-361-5367
Fax: (514) 283-3302

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor, 1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel.: (416) 973-ISTC
Fax: (416) 973-8714

Manitoba

8th Floor, 330 Portage Avenue
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel.: (204) 983-ISTC
Fax: (204) 983-2187

Saskatchewan

S.J. Cohen Building
Suite 401, 119 - 4th Avenue South
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 5X2
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place
Suite 540, 9700 Jasper Avenue
EDMONTON, Alberta
T5J 4C3
Tel.: (403) 495-ISTC
Fax: (403) 495-4507

Suite 1100, 510 - 5th Street S.W.
CALGARY, Alberta
T2P 3S2
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

British Columbia

Scotia Tower
Suite 900, 650 West Georgia Street
P.O. Box 11610
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel.: (604) 666-0266
Fax: (604) 666-0277

Yukon

Suite 301, 108 Lambert Street
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel.: (403) 668-4655
Fax: (403) 668-5003

Northwest Territories

Precambrian Building
10th Floor
P.O. Bag 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 2R3
Tel.: (403) 920-8568
Fax: (403) 873-6228

ISTC Headquarters

C.D. Howe Building
1st Floor East, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 952-ISTC
Fax: (613) 957-7942

ITC Headquarters

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Publication Inquiries

For individual copies of ISTC or ITC publications, contact your nearest Business Service Centre or International Trade Centre. For more than one copy, please contact

For Industry Profiles:

Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 704D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-4500
Fax: (613) 954-4499

For other ISTC publications:

Communications Branch
Industry, Science and Technology
Canada
Room 208D, 235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-5716
Fax: (613) 954-6436

For ITC publications:

InfoExport
Lester B. Pearson Building
125 Sussex Drive
OTTAWA, Ontario
K1A 0G2
Tel.: (613) 993-6435
1-800-267-8376
Fax: (613) 996-9709

Canada

CAI
IST/1
-1991
F71



I N D U S T R Y P R O F I L E

1990-1991

FUR APPAREL

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to growth and prosperity. Promoting improved performance by Canadian firms in the global marketplace is a central element of the mandates of Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada. This Industry Profile is one of a series of papers in which Industry, Science and Technology Canada assesses, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological, human resource and other critical factors. Industry, Science and Technology Canada and International Trade Canada assess the most recent changes in access to markets, including the implications of the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the profiles.

Ensuring that Canada remains prosperous over the next decade and into the next century is a challenge that affects us all. These profiles are intended to be informative and to serve as a basis for discussion of industrial prospects, strategic directions and the need for new approaches. This 1990-1991 series represents an updating and revision of the series published in 1988-1989. The Government will continue to update the series on a regular basis.

Michael H. Wilson
Minister of Industry, Science and Technology
and Minister for International Trade

Structure and Performance

Structure

The fur apparel industry is made up of firms engaged in converting dressed and dyed skins into apparel such as coats, hats, jackets and stoles. Mink, beaver and sheared beaver products represent an estimated two-thirds of the value of Canadian production. Muskrat, fox, raccoon, coyote and a number of other fur types make up the balance.

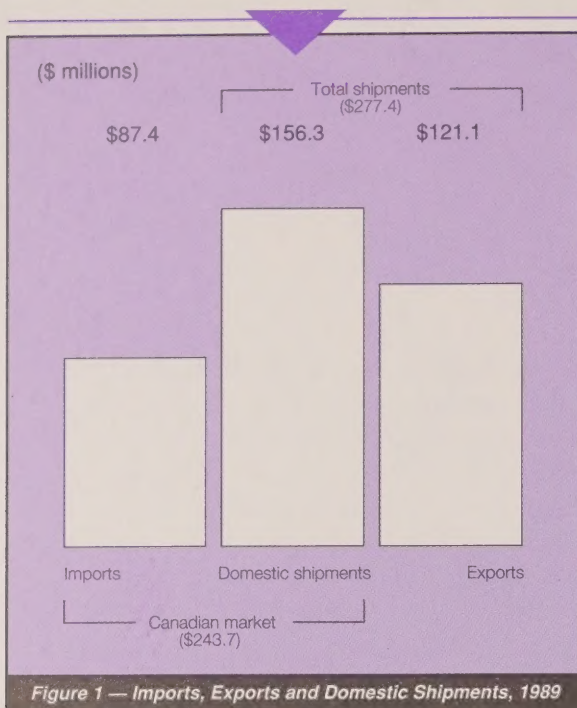
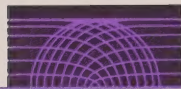
In 1989, the Canadian fur apparel industry employed 2 039 people in some 242 establishments. Shipments were worth about \$277 million (Figure 1). Exports of fur garments exceeded \$121 million, while imports were worth about \$87 million.

The industry is entirely Canadian-controlled and all firms are family-owned. Most firms are small: 87 percent

of firms employ fewer than 20 people and 97 percent employ under 50. The average annual value of shipments for firms employing fewer than 50 people is about \$1 million. However, production is highly concentrated among a few large firms; in 1988, the most recent year for which Statistics Canada data are available at the time of writing, some 12 percent of establishments accounted for about 43 percent of the industry's dollar output.

Montreal and Toronto are the major production centres because of their labour supply and geographic proximity to main Canadian and American markets. According to recent estimates, these cities account for approximately 75 percent and 20 percent, respectively, of the industry's total employment.

The production cycle consists of the purchase of furs, dyeing and dressing, designing, matching, cutting, sewing and finishing. Most of the industry's fur skin supplies are



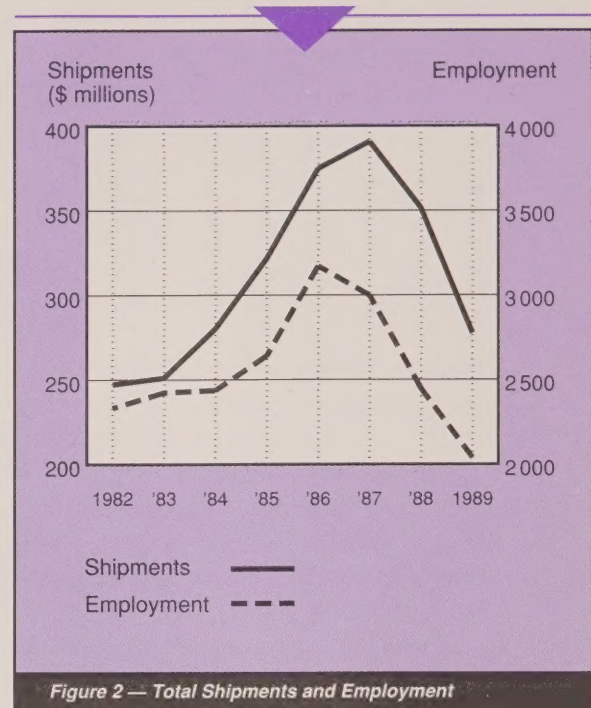
bought by producers at auctions. Some companies, however, acquire their raw furs from dealers who may finance a firm's purchases by offering credit terms of up to a year. An estimated 40 percent of the furs used in apparel in Canada are imported, primarily from the United States and Europe.

The dyeing and dressing are carried out by specialized companies. The garments are then either assembled by the producer or contracted to other firms who only cut and/or sew and trim. The contracting segment of the industry, which is an integral part of the production process, currently is estimated to account for two-thirds of the establishments. An estimated 60 to 65 percent of production is concentrated in the medium to higher end of the fur-fashion market.

The industry's major customers, both in Canada and in the United States, are independent fur stores and chain stores. In Canada, these retailers absorb an estimated 37 percent and 28 percent, respectively, of the industry's domestic shipments. Sales of fur apparel in department stores have decreased in recent years. Given the preponderance of small retailers, most manufacturers serve a broad customer base. In addition, a number of producers operate their own retail outlets or sell directly from their own manufacturing facilities.

Performance

From the early 1970s until 1987, the industry operated in a relatively buoyant and expanding market. Between 1983 and



1987, industry shipments increased by \$139.8 million, for an annual average growth rate (in current dollars) of nearly 12 percent (Figure 2). Much of the stimulus for the market's growth was the expanding consumer base, both in Canada and abroad. This expansion was due largely to increased demand brought about by the greater participation of women in the work force, along with their achievement of greater financial independence at a younger age. Fur apparel also entered the mainstream of fashion. More casual fur garment styles were offered to the consumer. Fur was also used in other applications, such as lining cloth coats or in combination with leather or fabric.

This period of growth was followed by declines in total industry shipments in both 1988 and 1989. In constant 1981 dollars, total industry shipments in 1989 were \$216.2 million, the lowest level of the decade.

Domestic shipments, however, experienced relatively little change during this period (Figure 3). In constant 1981 dollars, the value of domestic shipments did not rise significantly above the 1983 post-recession level during the buoyant years of the mid-1980s. Nor did it decline greatly towards the close of the decade, despite the reduction in the number of establishments in the Canadian fur industry between 1986 and 1989 (from 291 to 242).

The Canadian fur apparel industry is highly export-oriented. Intensified export activity accounted for about 70 percent of the growth in industry shipments from the

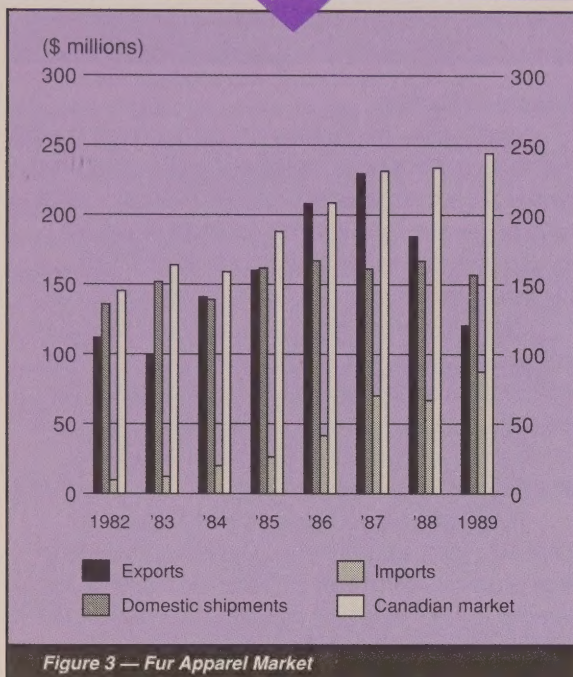
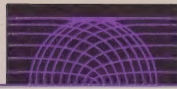


Figure 3 — Fur Apparel Market

mid-1970s to the mid-1980s. Between 1984 and 1987, exports accounted for 50 to 59 percent of total industry output. The increase in the value of shipments in those years was also attributable to manufacturers' efforts to upgrade the quality and styling of their lines. Major export markets were the United States, Western Europe and Japan.

Decreases in the value of exports were the principal reason for the decline in total industry shipments in 1988 and 1989. In 1989, exports almost returned to their 1983 level of 40 percent of total industry shipments. In constant 1981 dollars, exports in 1989 represented the second lowest level of the 1980s.

The primary reason for the downturn was the worldwide overproduction of fur pelts following the optimistic market conditions of the mid-1980s. Consequently, pelt prices, which can represent over 65 percent of manufacturing costs, fell dramatically, especially for mink. For example, the average value paid to ranchers of mink in Canada fell from \$47.67 a pelt in the 1986–1987 fur season to \$24.58 in 1988–1989, a drop of 48 percent. Lower mink pelt prices resulted in lower-priced apparel products for that fur, bringing substantial financial losses for manufacturers who held inventories of higher-priced mink pelts when they were forced to reduce prices and thus slash margins.

Consumer demand has also been affected by a series of milder winters in the late 1980s, particularly in Europe. Active

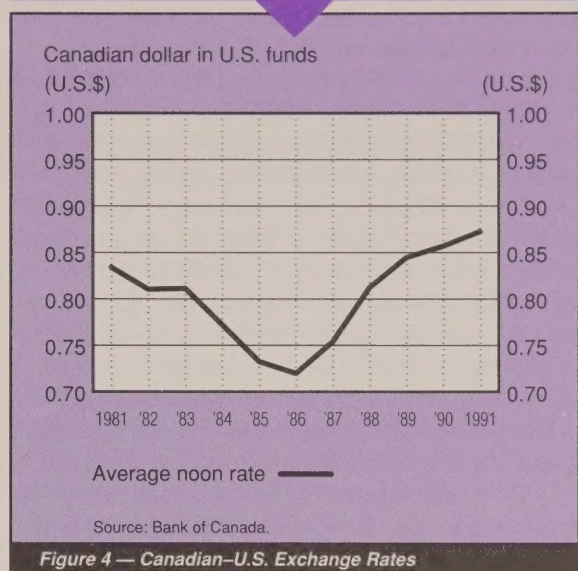


Figure 4 — Canadian-U.S. Exchange Rates

animal rights movements, which have sought to discourage fur apparel purchases, have had an impact on markets in the United Kingdom and the Netherlands. At the same time, the increased array of outerwear products available to consumers has had an impact upon the sale of fur products by increasing the potential for product substitution. Consumers now can choose from alternative products such as synthetic furs, fashionable down-filled coats and coats lined with new lightweight synthetic fibres.

General economic instability also contributed to fluctuations in export shipments. Because fur apparel has been widely perceived to be a luxury good, overall consumer demand for fur products, especially in the higher price range, fell dramatically after the October 1987 crash of world stock markets. The weak economic conditions that prevailed in Canada in 1990 and 1991 also affected the United States, thus extending the downturn in export performance.

The industry has expressed concern about the relatively higher value of the Canadian dollar in recent periods vis-à-vis the American dollar (Figure 4). On the other hand, under certain economic conditions, it is widely recognized that a significantly lower value is likely to be inflationary. The resulting higher domestic costs and prices can erode, over time, the short-term competitive gains of such a lower-valued dollar.

Until the early 1980s, Western Europe had been the domestic industry's major export market. However, between 1981 and 1985, the share of Canadian exports to this region declined steadily as a result of unfavourable exchange rates, increased competitive pressures from Hong Kong and the Republic of Korea, and an increased focus by the Canadian



industry on the U.S. market. Beginning in 1985, exports to Western Europe began to climb again, reaching a total of \$39 million in 1987. However, by 1989, they had declined to \$17.9 million (15 percent of total exports) because of the lower price of pelts, milder winters and the actions of animal rights movements in some Western European countries.

The United States was the major market for Canadian exports of fur apparel during the 1980s. In 1989, it accounted for \$93.4 million, or 77 percent of Canadian fur apparel exports. The 1989 value was a significant reduction from the 1987 level, when exports to the United States peaked at more than \$179 million. During this period, Canadian exports to the United States were subjected to increasing pressure from competitors active in the shrinking European market who were now looking for alternative market outlets.

The Canadian industry has had some moderate success in exporting to Japan. Canadian exports to Japan were 6 percent of total exports in 1989, up from 4 percent in each of the previous three years. Some major impediments in the Japanese market included different sizing, high selling expenses, high tariffs and intense competition from other countries, principally the Republic of Korea, Hong Kong, the United States and Germany.

Imports into Canada have been growing rapidly, increasing their market share from about 7 percent in 1983 to nearly 36 percent in 1989. This increase coincided with the upgrading of fur apparel manufacturing in several newly industrialized countries (NICs), notably the Republic of Korea, Hong Kong and Greece. The increase in fur apparel imports has contributed to an increasing negative balance of trade for Canada in apparel.

A large number of Canadian manufacturers have intensified their importing activity in order to diversify or complement their existing product lines. In some cases, production has been moved to low-cost sources. The manufacturers themselves currently account for at least 70 percent of imports. Most of the balance of importers were once manufacturers.

Imports have been concentrated in the lower end of the market, which has largely been vacated by domestic producers. Nevertheless, imports are becoming a growing concern to the industry as low-cost suppliers gradually upgrade their product quality and styling.

Until 1987, the industry was financially healthy, with relatively high after-tax profits on sales, high return on investment and minimal long-term debt. Since then, the number of establishments in the industry has declined. Although most of the remaining companies are still financially sound, growing numbers are beginning to experience difficulty in maintaining their profit position and may be undercapitalized.

Strengths and Weaknesses

Structural Factors

Over the years, the Canadian industry has earned an excellent reputation for its product variety and quality, management acumen and aggressive marketing. While historically Canada has been noted for its fur garments, fur manufacturers still invest considerable money, effort and time in promoting international awareness of their high-quality products.

Generally, designer names have an intrinsic value in providing manufacturers with an added competitive edge in the marketplace. Most manufacturers have in-house stylists or designers and actively promote designer names. Others enter into licensing agreements with Canadian or international designers with established labels in the non-fur apparel market.

The industry has been able to entrench itself in the medium to upper end of the world's fashion market, which is generally considered to be profitable and somewhat less sensitive to price fluctuations than the lower end of the market. However, increased competitive pressures, primarily in the U.S. market, have made it necessary for the industry to increase the design content and uniqueness of its products.

The Canadian fur industry has excellent export marketing know-how and experience. It has developed high visibility, excellent promotional literature and effective marketing strategies based on quality and product diversity.

The industry's relatively small size and increased concentration allow it to rally together successfully as a cohesive group, primarily under the auspices of the Fur Council of Canada (FCC). The Council is an umbrella organization active in market promotion. It serves as an information centre for the industry and is active in consumer education, market research and government lobbying on behalf of its members. It also provides important business services, including a credit bureau.

The FCC, through the Canadian Fur Trade Development Institute, sponsors a major annual event, a well-established and renowned international trade show in Montreal. This show has provided the industry with an ideal vehicle for exhibiting its products. Beginning in 1991, the Canadian and American industries agreed to hold a combined fur fair under the name "North American Fur Fashion Exposition." The fair was held in Montreal in 1991 and will be held there again in 1992. It is the one major fur trade event in North America and attracts a broad range of Canadian and American retailers.

Other efforts of the FCC include educating the public about the historical importance of the fur industry. It co-ordinates "Fur Month in Canada," which is in its 14th year, and sponsors the "Canada Fur Fashion Awards" aimed at fashion design students. It also organizes and undertakes major national media events



primarily aimed at promoting fur fashion and educating consumers about the environmental role of the fur industry.

The industry owes part of its success to its flexibility in responding rapidly to fashion changes and to its ability to fill orders quickly. These strengths should become even more valuable as American and Canadian buyers change their buying patterns to limit inventory buildup with just-in-time ordering using electronic data interchange (EDI). Buyers are attempting to place orders closer to the actual selling season in order to reduce the risks of overbuying or buying unpopular styles. The industry's flexibility allows it to respond successfully to these retail buyer demands and to capitalize on new market opportunities as they arise.

The industry also has the capability and experience required to expand its markets. However, because export initiatives are usually extremely costly, considerable financial resources are required at both the firm and the industry levels to sustain momentum in the development of global markets.

Since fur garment manufacturing worldwide tends to be a relatively small-scale operation (that is, each garment is produced individually and usually in limited quantities), company size is not normally a major factor in providing firms with a competitive edge.

Canadian firms have lower labour costs than European or U.S. companies and thus enjoy some competitive advantage. On the other hand, Canadian furriers' wage costs are considerably higher than those in Hong Kong and the Republic of Korea.

The industry is relatively labour-intensive, with labour costs ranging from 20 to 50 percent of production costs, depending on the type of fur. Historically, companies developed a supply of skilled workers through on-the-job, in-house training. While labour training costs have risen, there has been a recent decrease in labour demand because some manufacturers have reduced the size of their production operations and have shifted to importing. Shortages of skilled labour may occur when the current generation of employees reaches retirement age.

Canadian manufacturers rely largely on domestic dressers and dyers to serve most of their needs. The downturn in the industry since 1988 has had a major impact on the dressing and dyeing subsector. Mergers and closures have reduced the number of major firms from seven to three. One new firm has recently been established. Canadian dressers still process an estimated 90 percent of the pelts used in the Canadian industry. They are struggling to overcome the effects of the market downturn and the increased importing activity of domestic manufacturers.

Trade-Related Factors

On 1 January 1989, all tariffs relating to fur products traded between Canada and the United States were removed under the terms of the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA). This was expected to provide an incentive for more companies to export and for established exporters to expand their export volume. Under the FTA, furs are exempt from the special rules of origin for textiles and apparel, and trade in fur garments with the United States flows freely. Prior to the introduction of the FTA, the Canadian tariff rate was 12.3 percent, while the U.S. rate ranged from 3.5 to 7.5 percent.

With the removal of tariffs, Canadian fur imports originating in the United States increased from \$3.3 million, or 5 percent of total Canadian imports, in 1988 to \$10.5 million, or 12 percent, in 1989. However, the tariff removal did not counter the decline in exports to the United States attributed to fluctuations in exchange rates, the decline in consumer demand and the increased competitive pressures from NICs during this period.

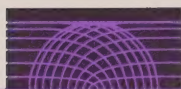
Canada assesses a General Preferential Tariff of 8 percent on fur apparel items imported from developing countries, while the tariff on furs from countries having Most Favoured Nation (MFN) status is 12.3 percent. Neither of these rates is considered a barrier to entry.

The small number of Canadian companies that have been able to penetrate the Japanese market are faced with a tariff rate set on average at 20 percent.

Canadian furs entering the European Community (EC) encounter a rate of duty of 6 percent, which is not considered to be a significant barrier. However, a ban on imports of certain furs was recently passed by the European parliament. The legislation, which takes effect on 1 January 1995, bans the import into the EC of furs or fur products from 13 wild species (beaver, otter, coyote, wolf, lynx, bobcat, sable, raccoon, muskrat, fisher, badger, marten and ermine) originating from any country that has not banned the leghold trap or does not trap according to internationally agreed humane standards. The legislation will be an obstacle to Canadian wild fur exports only if EC requirements are not met. Canada, which is considered to be a world leader in humane trap research, now chairs a technical committee of the International Organization for Standardization, whose mandate is to develop standards for humane trapping. The Fur Institute of Canada is completing a five-year, federally supported project through which a communications program has been developed to address the concerns of the animal rights movement.

Technological Factors

Opportunities for mechanization are limited, since production operations are characterized by their small scale,



labour intensity and high skill requirements. The technology continues to be relatively basic and unsophisticated. As a result, investment in plant modernization or new equipment in the Canadian industry has been minimal.

The technical improvements that have occurred have been largely in-house developments. The introduction of computer-aided design and skin matching and some mechanization in sewing are likely to occur in the foreseeable future but are not expected to have a significant impact on productivity.

Evolving Environment

The decade prior to 1986 witnessed an explosive rate of growth in world demand for fur garments. However, the markets in major industrial nations appear to have peaked in 1986 and 1987 and have since levelled off.

At the time of writing, the Canadian and U.S. economies were showing signs of recovering from a recessionary period. During the recession, companies in the industry generally experienced reduced demand for their outputs, in addition to longer-term underlying pressures to adjust. In some cases, the cyclical pressures may have accelerated adjustments and restructuring. With the signs of recovery, though still uneven, the medium-term outlook will correspondingly improve. Recovery from the recession in North America may be expected to result in increased demand for fur apparel but, over the medium term, only modest market growth is projected.

At the same time, there has been a significant increase in production capacity in many parts of the world, including several NICs. These countries can be expected to increase their fur garment production, to improve their manufacturing know-how and to upgrade their styling capabilities. As a result, the Canadian industry will require all its skills to maintain, let alone expand, current market share.

There is evidence that typical fur consumers now include younger working women. Lower fur prices as well as increased quantities of lower-quality furs have made this product accessible to a larger group but, in the process, may have reduced some of the prestige historically associated with fur products. Market studies show that Canadian consumers have a more pragmatic view of fur products and are more concerned with warmth and comfort than with the luxury and status associated with the products. American consumers, on the other hand, rank style as the prime reason for buying a fur coat before comfort, prestige and warmth, although they recognize Canadian fur apparel more for its quality than for its style. A reduction of world mink supplies and increases of 25 to 30 percent in raw fur prices in early 1991 suggest that

retail prices will begin to rise. Whether a recovery of retail prices will restore fur apparel's former prestige remains in doubt.

Although the short- and medium-term effects of the animal rights movement are of some concern to today's manufacturers, there is apprehension that animal rights considerations may have a greater influence on the next generation of potential fur consumers. On the other hand, manufacturers can be heartened by the fact that fur consumers have generally been 35 to 60 years old. Individuals in this age range will make up the largest consumer group in the foreseeable future.

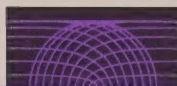
The United States will be one focus of the Canadian fur industry's export efforts as it attempts to regain lost ground. The FTA has removed tariff barriers to the United States. Despite the downturn in exports to the United States in 1989, the FTA should enable Canadian manufacturers to intensify their efforts to penetrate that market. However, as competition from U.S. and other foreign companies continues to increase, Canadian companies will have to devote more of their resources to ensuring that they are offering the best possible product, quality, style and service. The North American Fur Fashion Exposition is contributing to an integrated continental market and should provide increased opportunities for Canadian firms to make inroads into the U.S. market.

Recent developments in Western Europe, including a levelling off in the intensity of anti-fur campaigns and a colder winter in 1990–1991, have provided cause for some optimism regarding the future market potential of this region. As a result, the industry is intensifying its marketing activities in Western Europe. Opportunities offered by the Japanese market are likely to be explored by only a limited number of manufacturers who have the resources, products and appropriate designer identification.

The Canadian market is not expected to grow appreciably over the next few years, so firms that remain domestically oriented will probably experience only relatively modest growth and will be vulnerable to further erosion of their market share from both imports and other Canadian competitors. The trend towards extensive importing by manufacturers to diversify their product base and increase their profitability will probably increase in the future.

Competitiveness Assessment

Overall, the Canadian fur apparel industry is able to compete against other developed countries in both the domestic and international markets. It has the products, image, resources, capacity and experience to maintain its world market position. Over the years, through extensive



promotion and marketing, the industry has firmly established itself in the medium to higher end of the market.

The industry will have to make special efforts to regain market share in the United States and Europe. The increased concentration of the Canadian industry and the liberalized trading environment should enhance the industry's ability to regain, maintain and improve its exports to the United States. The North American Fur Fashion Exposition should serve to further increase the international stature of Canadian companies.

Canadian producers may be susceptible to greater competitive pressures in the future. The threat of increased penetration of the Canadian and U.S. markets by NICs presents a major challenge to Canadian fur apparel manufacturers. They may be less able to compete against imports from low-cost countries, particularly once those suppliers have upgraded their product quality and styling. However, Canadian producers' demonstrated ability to be innovative and adaptable to world trends in fashion and to capitalize on emerging market opportunities will ensure that they remain a major force in world markets.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact

Consumer Products Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Fur Apparel
235 Queen Street
OTTAWA, Ontario
K1A 0H5
Tel.: (613) 954-2846
Fax: (613) 954-3107



PRINCIPAL STATISTICS^a

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Establishments	N/A	266	272	243	291	238	265	242
Employment	2 333	2 423	2 437	2 640	3 172	2 998	2 446	2 039
Shipments (\$ millions)	247.2	251.0	280.1	321.7	374.9	390.8	351.5	277.4
Profits after tax ^b (\$ millions)	14.6	10.4	14.7	18.0	19.6	21.9	N/A	N/A
(% of income)	5.0	4.0	4.0	4.6	4.8	4.8	N/A	N/A

^aFor establishments, employment and shipments, see *Clothing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 34-252, annual (SIC 2495, fur goods industry).

^bSee *Corporation Financial Statistics*, Statistics Canada Catalogue No. 61-207, annual.

N/A: not available

TRADE STATISTICS

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988 ^a	1989 ^a
Exports ^b (\$ millions)	111.6	99.3	141.0	160.0	207.9	229.6	184.6	121.1
Domestic shipments (\$ millions)	135.6	151.7	139.1	161.7	167.0	161.2	166.9	156.3
Imports ^c (\$ millions)	9.7	12.2	19.9	26.3	41.6	70.2	66.9	87.4
Canadian market (\$ millions)	145.3	163.9	159.0	188.0	208.6	231.4	233.8	243.7
Exports (% of shipments)	45.1	39.6	50.3	49.7	55.5	58.8	52.5	43.7
Imports (% of Canadian market)	6.7	7.4	12.5	14.0	19.9	30.3	28.6	35.9

^aIt is important to note that data for 1988 and after are based on the Harmonized Commodity Description and Coding System (HS). Prior to 1988, the shipments, exports and imports data were classified using the Industrial Commodity Classification (ICC), the Export Commodity Classification (XCC) and the Canadian International Trade Classification (CITC), respectively. Although the data are shown as a continuous historical series, users are reminded that HS and previous classifications are not fully compatible. Therefore, changes in the levels for 1988 and after reflect not only changes in shipment, export and import trends, but also changes in the classification systems. It is impossible to assess with any degree of precision the respective contribution of each of these two factors to the total reported changes in these levels.

^bSee *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

^cSee *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

SOURCES OF IMPORTS^a (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	14	20	9	11	6	4	5	12
Western Europe ^b	18	16	27	32	34	26	18	19
Asia	63	63	62	56	59	69	75	64
Other	5	1	2	1	1	1	2	5

^aSee *Imports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-007, monthly.

^bWestern Europe includes Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, the Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland and the United Kingdom.



DESTINATIONS OF EXPORTS^a (% of total value)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
United States	41	59	76	83	82	78	81	77
Western Europe	48	31	16	11	13	17	12	15
Japan	9	8	6	3	4	4	4	6
Other	2	2	2	2	1	1	3	2

^aSee *Exports by Commodity*, Statistics Canada Catalogue No. 65-004, monthly.

REGIONAL DISTRIBUTION^a (average over the period 1986 to 1988)

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	British Columbia
Establishments (% of total)	1	67	28	2	2
Employment (% of total)	X	71	23	4	X
Shipments (% of total)	X	79	18	2	X

^aSee *Clothing Industries*, Statistics Canada Catalogue No. 34-252, annual.

X: confidential

MAJOR FIRMS

Name	Country of ownership	Location of major plants
Amsel & Amsel Inc.	Canada	Montreal, Quebec
D.H. Grosvenor Inc.	Canada	Montreal, Quebec
Natural Furs International Inc.	Canada	Montreal, Quebec



INDUSTRY ASSOCIATIONS

Canadian Fur Trade Development Institute^a
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

Fur Council of Canada
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

Fur Institute of Canada
Suite 302, 10 Lower Spadina Avenue
TORONTO, Ontario
M5V 2Z1
Tel.: (416) 597-3877
Fax: (416) 597-3919

Fur Manufacturers Guild Inc.^a
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

Fur Trade Association of Canada (Ontario) Inc.^a
Suite 312, 185 Spadina Avenue
TORONTO, Ontario
M5T 2C6
Tel.: (416) 593-0324
Fax: (416) 593-1546

Fur Trade Association of Canada (Quebec) Inc.^a
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

North American Fur Credit Bureau^a
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

Retail Fur Council of Canada^a
Suite 1270, 1435 St. Alexandre Street
MONTREAL, Quebec
H3A 2G4
Tel.: (514) 844-1945
Fax: (514) 844-8593

Retail Furriers Guild of Canada^a
P.O. Box 213, Station A
WESTON, Ontario
M9N 3M7
Tel.: (416) 248-1850

^aMember of the Fur Council of Canada.





ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

Bureau de crédit de l'industrie nord-américaine

de la fourrure^a
1435, rue Saint-Alexandre, bureau 1270

MONTREAL (Québec)

H3A 2G4

Tél. : (514) 844-1945

Télécopieur : (514) 844-8593

Institut de développement de l'industrie

de la fourrure canadienne^a

1435, rue Saint-Alexandre, bureau 1270

MONTREAL (Québec)

H3A 2G4

Tél. : (514) 844-1945

Télécopieur : (514) 844-8593

Conseil canadien de la fourrure

1435, rue Saint-Alexandre, bureau 1270

MONTREAL (Québec)

H3A 2G4

Tél. : (514) 844-1945

Télécopieur : (514) 844-8593

Conseil des détaillants en fourrure du Canada^a

1435, rue Saint-Alexandre, bureau 1270

MONTREAL (Québec)

H3A 2G4

Tél. : (514) 844-1945

Télécopieur : (514) 844-8593

Retail Furriers Guild of Canada^a

C.P. 213, Succursale A

WESTON (Ontario)

M9N 3M7

Tél. : (416) 248-1850

Télécopieur : (416) 597-3919

Tél. : (416) 597-3877

M5V 2Z1

TORONTO (Ontario)

10, avenue Lower Spadina, bureau 302

Institut de la fourrure du Canada

Corporation des fabricants-grossistes de la fourrure Inc.^a

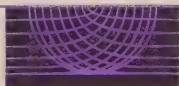
1435, rue Saint-Alexandre, bureau 1270

MONTREAL (Québec)

H3A 2G4

Tél. : (514) 844-1945

Télécopieur : (514) 844-8593

^aMembre du Conseil canadien de la fourrure.

Nom	Pays	Emplacement des principaux établissements
Amsel & Amsel Inc.	Canada	Montréal (Québec)
D.H. Grosvenor Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Natural Furs International Inc.	Canada	Montréal (Québec)

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

X : confidentiel

^a Voir *Industries du vêtement*, n° 34-252 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

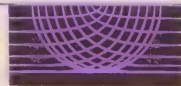
Etablissements (% du total)	1	67	28	2	2
Emploi (% du total)	X	71	23	4	X
Expéditions (% du total)	X	79	18	2	X
Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	

RÉPARTITION RÉGIONALE^a (moyenne de la période 1986-1988)

^a Voir Exportations par marchandise, n° 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

Autres	2	2	2	2	1	1	3	2
Asie	9	8	6	3	4	4	4	6
Europe de l'Ouest	48	31	16	11	13	17	12	15
États-Unis	41	59	76	83	82	78	81	77
1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	

DÉTAIL DU DÉTAIL DES EXPORTATIONS



PRINCIPALES STATISTIQUES^a

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Établissements	n.d.	266	272	243	291	238	265	242
Emploi	2 333	2 423	2 437	2 640	3 172	2 998	2 446	2 039
Expéditions (millions de \$)	247,2	251,0	280,1	321,7	374,9	390,8	351,5	277,4
Bénéfices après impôts ^b (millions de \$)	14,6	10,4	14,7	18,0	19,6	21,9	n.d.	n.d.
(% du revenu)	5,0	4,0	4,0	4,6	4,8	4,8	n.d.	n.d.

^aPour des données sur les établissements, les emplois et les expéditions, voir *Industries du vêtement*, n° 34-252 au catalogue de Statistique Canada, annuel, C11 2495 (industrie de la fourrure).

^bVoir *Statistique financière des sociétés*, n° 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d. : non disponible

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988 ^a	1989 ^a
Exportations ^b (millions de \$)	111,6	99,3	141,0	160,0	207,9	229,6	184,6	121,1
Expéditions intérieures (millions de \$)	135,6	151,7	139,1	161,7	167,0	161,2	166,9	156,3
Importations ^c (millions de \$)	9,7	12,2	19,9	26,3	41,6	70,2	66,9	87,4
Marché intérieur (millions de \$)	145,3	163,9	159,0	188,0	208,6	231,4	233,8	243,7
Exportations (% des expéditions)	45,1	39,6	50,3	49,7	55,5	58,8	52,5	43,7
Importations (% du marché intérieur)	6,7	7,4	12,5	14,0	19,9	30,3	28,6	35,9

^aIl importe de noter que les données de 1988 et de 1989 se fondent sur le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH). Avant 1988, les données sur les expéditions, les exportations et les importations étaient classifiées selon la Classification des produits industriels (CPI), la Classification des marchandises d'exportation (CME), et le Code de la classification canadienne pour le commerce international (CCCI), respectivement. Bien que les données soient présentées comme une série chronologique, nous rappelons que le SH et les codes de classification précédents ne sont pas entièrement compatibles. Ainsi, les données de 1988 et de 1989 ne traduisent pas seulement les variations des tendances des expéditions, des exportations et des importations, mais aussi le changement de système de classification. Il est donc impossible d'évaluer avec précision la part respective de chacun de ces deux facteurs dans les totaux de 1988 et de 1989.

^bVoir *Exportations par marchandise*, n° 65-004 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^cVoir *Importation par marchandise*, n° 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

PROVENANCE DES IMPORTATIONS^a (% de la valeur totale)

	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
États-Unis	14	20	9	11	6	4	5	12
Europe de l'Ouest ^b	18	16	27	32	34	26	18	19
Asie	63	63	62	56	59	69	75	64
Autres	5	1	2	1	1	1	2	5

^aVoir *Importation par marchandise*, n° 65-007 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

^bL'Europe de l'Ouest comprend l'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, le Danemark, l'Espagne, la Finlande, la France, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, la Norvège, les Pays-Bas, le Portugal, le Royaume-Uni, la Suède et la Suisse.

Évaluation de la compétitivité

entreprises qui continueront de se concentrer sur le marché intérieur ne connaîtront probablement qu'une croissance modeste, et risquent de voir leur part de marché érodée par les importations et les autres entreprises canadiennes. La tendance des fabricants à se tourner de plus en plus vers les importations afin de diversifier leur gamme de produits et d'améliorer leur rentabilité devrait s'amplifier dans l'avenir.

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne des vêtements de fourrure soutient la concurrence des autres pays industrialisés. Elle tient sur le marché intérieur que sur les marchés étrangers. Elle dispose en outre des produits, de l'image de marque, des ressources, de la capacité et de l'expérience nécessaires pour conserver sa position sur le marché international. Au fil des ans, au moyen d'une promotion et d'une commercialisation intenses, l'industrie s'est acquis une position solide dans les créneaux des produits moyen et haut de gamme.

L'industrie devra déployer des efforts particuliers pour reconquérir sa part de marché aux États-Unis et en Europe. La concentration accrue de l'industrie canadienne et la libéralisation du commerce devraient l'aider à reprendre, à maintenir et à accroître sa part de marché aux États-Unis. L'Exposition nord-américaine fourrures-mode devrait contribuer à amplifier le prestige international des entreprises canadiennes.

Les fourrures canadiens pourraient faire face à une intensification de la concurrence dans l'avenir. La menace d'une plus grande pénétration des marchés canadien et américain par les PNI pose un défi majeur aux fabricants canadiens de vêtements de fourrure. Ils pourraient éprouver plus de difficultés à concurrencer les importations en provenance de pays où les coûts de production sont faibles, surtout une fois que ces fournisseurs auront amélioré la qualité et le style de leurs produits. Cependant, l'esprit novateur des fourrures canadiens et leur capacité éprouvée de s'adapter aux courants internationaux de la mode et d'exploiter de nouveaux débouchés, leur permettront de continuer d'occuper une place de choix sur les marchés internationaux.

Pour plus de renseignements sur ce dossier, s'adresser à la

Direction générale des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Vêtements de fourrure

OTTAWA (Ontario)

K1A 0H5

Tél. : (613) 954-2846

Télécopieur : (613) 954-3107

révèlent, en effet, que les consommateurs canadiens voient d'un œil plus pragmatique les vêtements de fourrure, et se soucient davantage qu'ils soient chauds et confortables plutôt que

luxeux et associés à un rang social élevé. Aux États-Unis, par contre, les consommateurs indiquent que, lors de l'achat d'un manteau de fourrure, c'est le style qui constitue la raison principale de l'achat, et ce, avant le confort, le prestige et les qualités thermiques. Cependant, ils apprécient les vêtements de fourrure confectionnés au Canada non pour leur style mais pour leur qualité. La diminution du cheptel mondial de visons et une hausse de 25 à 30 % du prix des peaux brutes au début de 1991

laisse présager une augmentation des prix de détail. Quant à savoir si cette augmentation des prix de détail rendra au vêtement de fourrure son prestige d'autan, cela n'est pas du tout certain. Les répercussions à court et à moyen terme du mouvement de défense des animaux suscitent certaines inquiétudes chez les fourrures. Mais ils craignent surtout que les droits des animaux influent encore davantage sur la prochaine génération de consommateurs. Les fabricants peuvent toutefois se consoler en songeant que les acheteurs de fourrure se recrutent généralement parmi les personnes âgées de trente-cinq à soixante ans. Or, dans un avenir prévisible, ce sont ces

personnes qui composeront le groupe le plus important de consommateurs.

L'industrie canadienne de la fourrure fera converger ses efforts vers le marché américain, dans une tentative de regagner le terrain qu'elle y a perdu. L'ALE a supprimé les barrières tarifaires à l'exportation de la fourrure vers les États-Unis. Malgré le ralentissement des exportations vers ce pays en 1989, l'ALE devrait inciter les fourrures canadiens à redoubler d'efforts pour pénétrer ce marché. Toutefois, devant l'accroissement constant de la concurrence des sociétés américaines et d'autres sociétés étrangères, les entreprises canadiennes devront consacrer une part plus importante de leurs ressources pour offrir des produits, une qualité, un style et un service du plus haut niveau. L'Exposition nord-américaine fourrures-mode contribuera à l'intégration du marché de la fourrure à l'échelle de l'Amérique du Nord, et devrait créer pour les entreprises canadiennes de nouvelles occasions de faire des percées sur le marché américain.

L'évolution récente de la situation en Europe de l'Ouest, ainsi que la stabilisation des campagnes anti-fourrure et l'hiver relativement froid de 1990-1991, ont ravivé un certain optimisme concernant la possibilité d'ouvrir de nouveaux marchés dans cette région. C'est pourquoi l'industrie multiplie présentement ses efforts de commercialisation en Europe. Quant aux débouchés que présente le marché japonais, ils ne seront vraisemblablement exploités que par les quelques fourrures qui disposent des ressources nécessaires, et dont les produits portent une griffe de prestige tout en étant adaptés à ce marché. Comme on ne s'attend à aucune croissance appréciable du marché canadien au cours des prochaines années, les

Facteurs technologiques

Comme la production de vêtements de fourrure se caractérise par des opérations à petite échelle et à haute intensité de main-d'œuvre, et par un personnel extrêmement spécialisé, les possibilités d'automatisation sont limitées. La technologie employée demeure relativement simple. En conséquence, les entreprises canadiennes ont peu investi dans la modernisation de leurs usines ou dans l'achat de nouveau matériel.

La plupart des perfectionnements techniques sont le fruit d'initiatives des fabricants eux-mêmes. On assistera sans doute dans un avenir rapproché à la mise en œuvre de systèmes de conception assistée par ordinateur, à l'information de l'appariement des peaux, et à une certaine mécanisation de la couture des peaux, mais il est peu probable que ces innovations aient des répercussions importantes sur la productivité.

Évolution du milieu

La décennie qui s'est terminée en 1986 a été marquée par une croissance spectaculaire de la demande mondiale de vêtements de fourrure. Cependant, les marchés des grands pays industrialisés semblent avoir atteint un sommet en 1986 et 1987, et se sont stabilisés depuis.

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du secteur des vêtements de fourrure ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. La reprise sur le marché nord-américain devrait entraîner un accroissement de la demande de vêtements de fourrure, mais, à moyen terme, seule une croissance modeste du marché est à prévoir.

Par contre, la capacité de production s'est intensifiée dans de nombreux pays, et notamment dans plusieurs PNI. On peut s'attendre à ce que ces pays augmentent leur production de vêtements de fourrure, accroissent leur compétence en fabrication et améliorent leur design. L'industrie canadienne aura donc besoin de toutes ses compétences pour sauvegarder sa part de marché, et à plus forte raison pour l'augmenter.

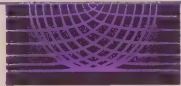
Tout indique que la clientèle typique de l'industrie des vêtements de fourrure comprend maintenant de jeunes femmes sur le marché du travail. La baisse des prix de la fourrure ainsi que le volume accru des fourrures de qualité moindre ont élargi l'accès à ce produit. Mais il se pourrait qu'en se démocratisant, la fourrure, depuis toujours considérée comme un produit de luxe, ait perdu une partie de son prestige. Les études de marché

ont été éliminées en vertu des dispositions de l'Accord de libre-échange (ALE) conclu entre ces deux pays. Cette mesure devait accroître le nombre d'entreprises exportatrices, et aider celles qui exportaient déjà aux États-Unis à intensifier leur commerce. En effet, puisque les règles d'origine prévues par l'ALE en matière de textiles et de vêtements ne s'appliquent pas aux fourrures, le commerce des vêtements de fourrure avec les États-Unis est totalement libre. Avant l'entrée en vigueur de l'ALE, le Canada imposait des droits de 12,3 % sur les produits de fourrure, et les États-Unis, des tarifs variant de 3,5 à 7,5 %.

Avec l'élimination des tarifs, la valeur des importations canadiennes de fourrure en provenance des États-Unis est passée de 3,3 millions de dollars, soit 5 % de toutes les fourrures importées, en 1988, à 10,5 millions de dollars, soit 12 %, en 1989. Cependant, la suppression des tarifs n'a pas mis un terme au ralentissement des exportations vers les États-Unis; elle est attribuable aux fluctuations du taux de change, à la baisse de la demande et à la concurrence de plus en plus vive, livrée par les PNI.

Le Canada perçoit un tarif préférentiel général de 8 % sur les vêtements de fourrure importés des pays en voie d'industrialisation, et des droits de 12,3 % sur les fourrures en provenance de pays jouissant du statut de la nation la plus favorisée (NPF). Aucun de ces tarifs n'est considéré comme une barrière commerciale.

Les quelques sociétés canadiennes qui ont réussi à pénétrer le marché japonais se voient imposer un tarif moyen de 20 %. La Communauté européenne (CE) impose, pour sa part, un tarif de 6 % aux importations de fourrures canadiennes, ce qui n'est pas considéré comme une barrière importante. Cependant, le Parlement européen a récemment interdit l'importation de certaines fourrures. Aux termes de cette loi, qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 1995, les pays de la CE ne pourront plus importer de peaux ou de fourrures confectionnées avec des peaux de 13 espèces sauvages (castor, loutre, coyote, loup, lynx, lynx roux, zibeline, raton laveur, rat musqué, pékan, blaireau, martre et hermine) provenant de pays qui n'ont pas encore banni le piégeage au moyen de pièges à machoires, ou dont les méthodes ne sont pas conformes aux normes de piégeage sans cruauté reconnues internationalement. Cette législation ne nuira aux exportations canadiennes de fourrures sauvages que si les exigences de la CE ne sont pas satisfaites. Le Canada est considéré comme un chef de file mondial dans la recherche sur les pièges à mort instantanée, et préside actuellement un comité technique de l'Organisation internationale de normalisation, comité qui a pour mandat d'élaborer des normes de piégeage sans douleur. L'Institut de la fourrure du Canada termine un projet quinquennal appuyé par le gouvernement fédéral, au cours duquel on a élaboré un programme de communications destiné à répondre aux préoccupations du mouvement de défense des droits des animaux.





ventes aux consommateurs, afin de diminuer les risques d'acheter de trop grandes quantités ou des modèles qui ne plaisent pas aux consommateurs. Grâce à sa souplesse, l'industrie est en mesure de répondre aux exigences des détaillants, et d'exploiter sans délai les nouveaux débouchés. L'industrie possède également les compétences et l'expérience nécessaires pour élargir ses marchés. Cependant, comme les initiatives sur les marchés d'exportation sont habituellement extrêmement coûteuses, le développement soutenu des marchés mondiaux exige des ressources financières considérables, tant de la part des entreprises que de l'industrie dans son ensemble.

Partout dans le monde, la fabrication de vêtements de fourrure constitue une activité pratiquée à petite échelle, c'est-à-dire que chaque vêtement est confectionné séparément et le plus souvent en quantité limitée. La taille de l'entreprise ne contribue donc que rarement à procurer à celle-ci un avantage concurrentiel.

Les entreprises canadiennes ont des frais de main-d'œuvre moins élevés que les entreprises européennes ou américaines, et jouissent ainsi d'un certain avantage concurrentiel. D'autre part, les salaires consentis par les fournisseurs canadiens sont beaucoup plus élevés que ceux offerts à Hong-Kong et en République de Corée.

L'industrie des vêtements de fourrure est relativement travaillistique, les coûts de main-d'œuvre représentant de 20 à 50 % des coûts de production, selon la sorte de fourrure. Jusqu'ici, les entreprises se dotaient d'un bassin de travailleurs qualifiés en offrant une formation en cours d'emploi, dans l'entreprise même. Les coûts associés à la formation ont augmenté, mais les débouchés pour la main-d'œuvre ont diminué récemment, parce que certains fabricants ont réduit leurs activités de production et ont commencé à importer. On peut donc s'attendre à une pénurie de main-d'œuvre qualifiée lorsque la génération actuelle de travailleurs atteindra l'âge de la retraite.

Les fabricants canadiens confient la plus grande partie des opérations d'apprêt et de teinture des peaux à des entreprises canadiennes. Depuis 1988, le ralentissement de l'industrie a eu des répercussions majeures sur le sous-secteur de l'apprêt et de la teinture des peaux. Les fusions et les fermetures ont ramené de sept à trois le nombre de grandes entreprises. Une nouvelle entreprise est récemment entrée en activité. Selon les estimations, les apprêteurs canadiens traitent encore 90 % des peaux utilisées dans l'industrie canadienne. Ils s'efforcent de se défendre contre les effets du ralentissement du marché et de l'augmentation des importations par les fournisseurs canadiens.

Facteurs liés au commerce

Le 1^{er} janvier 1989, tous les tarifs douaniers touchant le commerce des fourrures entre le Canada et les États-Unis

mode, lesquels sont généralement considérés comme rentables et moins sensibles aux variations de prix que les crêpeaux bas de gamme. Toutefois, l'intensification de la concurrence, surtout sur le marché américain, a incité l'industrie à accorder plus d'importance au style et à l'originalité de ses produits. L'industrie canadienne de la fourrure possède un savoir-faire et une expérience de premier plan en matière de commercialisation à l'étranger. Elle jouit d'une grande visibilité, et s'est dotée de matériel publicitaire de prestige ainsi que de stratégies de commercialisation efficaces, fondées sur la qualité et la diversité de ses produits.

L'envergne relativement faible de cette industrie et sa concentration géographique lui permettent d'agir de façon concertée, principalement au sein du Conseil canadien de la fourrure (CCF). Le Conseil est un organisme qui en cha-peaute d'autres; il a pour mission la promotion de l'industrie. Il joue le rôle de centre d'information pour l'industrie, informe les consommateurs, réalise des études de marché et représente les intérêts de ses membres auprès des gouvernements. Il dispense également d'importants services commerciaux, notamment ceux d'un bureau de crédit. Le CCF, par l'entremise de l'Institut de développement de l'industrie de la fourrure canadienne, parraine chaque année, à Montréal, un événement particulièrement important, un salon international de la fourrure, bien établi et reconnu. Cette exposition fournit à l'industrie une vitrine de choix pour présenter ses produits. Depuis 1991, les industries canadienne et américaine ont convenu de conjuguer leurs efforts pour mettre sur pied un salon unique, appelé l'« Exposition nord-américaine fourrures-mode ». L'exposition, qui s'est déroulée à Montréal en 1991 et qui s'y tiendra encore en 1992, constitue la principale manifestation de l'industrie de la fourrure d'Amérique du Nord. Elle attire de plus en plus de détaillants canadiens et américains.

Parmi les autres activités du CCF, mentionnons la sensibilisation du public à l'importance historique de l'industrie de la fourrure. C'est ainsi qu'il coordonne le « Mois de la fourrure au Canada », qui en est à sa 14^e année, et octroie le « Prix mode fourrure Canada », qui s'adresse aux étudiants en design de mode. Il organise et réalise également des événements médiatiques nationaux, qui visent principalement à promouvoir la mode fourrure et à faire connaître aux consommateurs le rôle écologique de l'industrie de la fourrure.

L'industrie doit une part de ses succès à sa souplesse face aux changements de la mode, et à sa capacité de remplir rapidement ses commandes. Ces atouts devraient devenir encore plus précieux à un moment où les acheteurs américains et canadiens modifient leurs systèmes d'achat de manière à garder leurs stocks au minimum, et passent leurs commandes en temps opportun en ayant recours à l'échange électronique de données. Les acheteurs essaient de placer leurs commandes le plus près possible de la saison des

est tombée de façon radicale à la suite de la débâcle boursière d'octobre 1987. La récession que l'on a connue au Canada en 1990 et en 1991 a aussi atteint les États-Unis, ce qui a eu

pour effet d'accroître la baisse des exportations. L'industrie a exprimé son inquiétude face au niveau relativement élevé, ces derniers temps, du dollar canadien par rapport au dollar américain (figure 4). Par ailleurs, on reconnaît généralement que, dans certaines conditions économiques, une baisse sensible du dollar canadien aurait probablement un effet inflationniste. La hausse des prix et des coûts qui en découlerait sur le marché intérieur pourrait, avec le temps, annuler les avantages concurrentiels à court terme fournis par une telle baisse du dollar.

Jusqu'au début des années 1980, l'Europe de l'Ouest constituait le principal marché d'exportation de l'industrie. Cependant, entre 1981 et 1985, la part canadienne des exportations sur ce marché a constamment diminué, en raison des taux de change défavorables, de l'intensification de la concurrence livrée par Hong-kong et la République de Corée, et d'une concentration accrue de l'industrie canadienne sur le marché américain. À compter de 1985, les exportations vers l'Europe de l'Ouest ont commencé à remonter, et ont atteint, en 1987, 39 millions de dollars. Cependant, en 1989, elles étaient retombées à 17,9 millions de dollars, soit 15 % des exportations totales, en raison de la chute du prix des peaux, des hivers plus doux et des campagnes menées dans certains pays d'Europe de l'Ouest par les défenseurs des droits des animaux.

À cours des années 1980, les États-Unis constituaient le principal marché d'exportation de l'industrie canadienne des vêtements de fourrure. En 1989, on évaluait ce marché à 93,4 millions de dollars, soit 77 % du total des exportations. La valeur enregistrée en 1989 constituait une baisse importante par rapport au niveau de 1987, lorsque la valeur des exportations avait atteint un sommet de plus de 179 millions de dollars. Au cours de cette période, les exportateurs canadiens œuvrant aux États-Unis ont dû faire face à la concurrence de plus en plus vive de compétiteurs européens, qui, voyant leur marché se restreindre en Europe, s'étaient mis à la recherche de nouveaux débouchés.

L'industrie canadienne a connu des succès modérés sur le marché japonais. Les exportations canadiennes destinées au Japon, par rapport à la valeur totale des exportations, ont augmenté, passant de 4 % au cours des trois années précédentes à 6 % en 1989. Parmi les principales barrières que l'on trouve sur le marché japonais, mentionnons un système de mensurations différent, des frais de commercialisation et des tarifs douaniers élevés, ainsi que la vive concurrence livrée par d'autres pays, notamment la République de Corée, Hong-kong, les États-Unis et l'Allemagne.

Les importations ont connu une croissance rapide : alors qu'elles représentaient en 1983, 7 % du marché canadien,

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

elles atteignaient en 1989 près de 36 % du marché. Cette augmentation des importations a coïncidé avec l'amélioration de la qualité des produits confectionnés dans plusieurs pays nouvellement industrialisés (PNI), notamment en République de Corée, à Hong-kong et en Grèce, et a contribué à accentuer le déficit commercial canadien pour le secteur des vêtements. Un grand nombre de fabricants canadiens ont de plus en plus recourus aux importations pour diversifier ou compléter leurs gammes de produits. Plusieurs d'entre eux ont cessé de confectionner certains articles qu'ils peuvent remplacer par des importations obtenues à bon compte. Ainsi, les fabricants eux-mêmes réalisent-ils au moins 70 % des importations. La plupart des autres importateurs sont d'anciens fabricants.

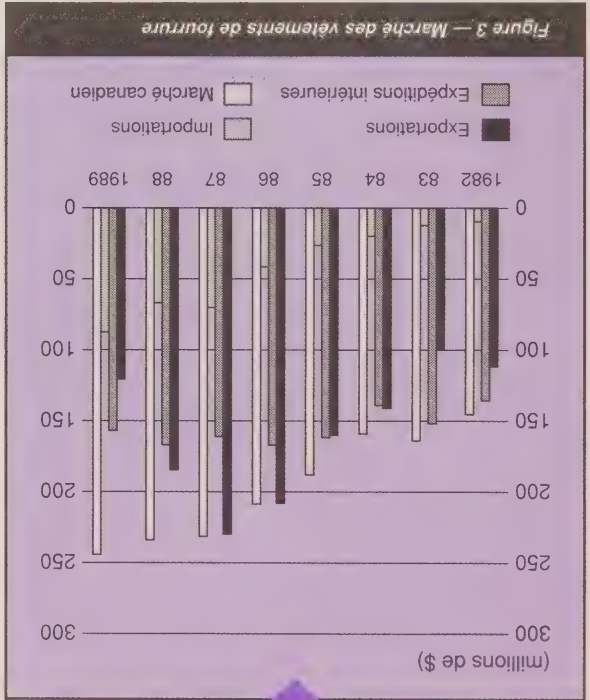
Les importations se concentrent surtout dans le créneau des produits bas de gamme, que les fournisseurs canadiens ont largement délaissé. Cependant, les importations constituent une menace croissante pour l'industrie, à mesure que les fournisseurs de produits bon marché améliorent la qualité et le style de leurs produits.

Jusqu'en 1987, les entreprises de ce secteur jouissaient d'une bonne situation financière, et réalisaient des bénéfices après impôts relativement élevés, obtenaient un excellent rendement des investissements et un faible endettement à long terme. Mais le nombre des établissements a diminué depuis. Bien que la plupart des entreprises encore en activité connaissent une bonne situation financière, un nombre toujours croissant d'entre elles commencent à éprouver des difficultés à maintenir leur rentabilité, et pourraient en venir à manquer de capital.

Les expéditions destinées au marché intérieur ont toutefois très peu varié au cours de cette période (figure 3). En effet, en dollars constants de 1981, la valeur des expéditions sur ce marché n'a jamais beaucoup dépassé le niveau atteint en 1983, soit la fin de la récession, malgré l'effervescence du milieu des années 1980. De même, malgré la diminution du nombre des établissements, qui sont passés de 291 en 1986 à 242 en 1989, la valeur des expéditions sur le marché intérieur n'a pas vraiment fléchi à la fin de la décennie.

L'industrie canadienne des vêtements de fourrure est fortement axée sur l'exportation. La hausse des exportations est responsable d'environ 70 % de la croissance des expéditions de l'industrie pendant la décennie allant du milieu des années 1970 au milieu des années 1980. Entre 1984 et 1987, l'industrie a réalisé entre 50 et 59 % de son chiffre d'affaires total sur les marchés d'exportation. La hausse de la valeur des expéditions au cours de ces années-là est également due aux efforts déployés par les fourrures pour améliorer la qualité et le style de leurs collections. Les principaux marchés d'exportation étaient les États-Unis, l'Europe de l'Ouest et le Japon.

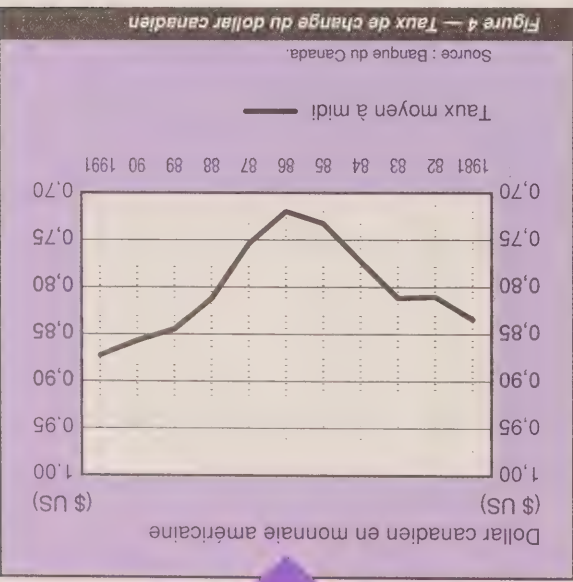
La baisse de la valeur des exportations de fourrures constitue le principal facteur du fléchissement de la valeur des expéditions totales de l'industrie en 1988 et en 1989. En 1989, les exportations sont presque remontées à leur niveau de 1983, soit 40 % de la valeur totale des expéditions. En dollar constants de 1981, les exportations de 1989 atteignaient l'avant dernier niveau pour les années 1980.



La principale raison du fléchissement du marché était la surproduction mondiale de peaux qu'a entraînée le marché vigoureux du milieu des années 1980. En conséquence, le prix des peaux, qui peut représenter plus de 65 % des coûts de confection, a chuté de façon brutale, surtout dans le cas des peaux de vison. Ainsi, le prix moyen payé aux éleveurs canadiens pour une peau de vison est-il passé de 47,67 dollars au cours de la saison 1986-1987, à 24,58 dollars en 1988-1989, soit une diminution de 48 %. Cette chute du prix des peaux a amené une baisse correspondante du prix des vêtements de vison, et de graves pertes financières pour les fabricants qui possédaient des stocks de peaux de vison achetées au prix fort. Les fabricants ont été forcés d'abaissier leurs prix de vente, ce qui a diminué leur marge bénéficiaire.

Les hivers doux qui ont caractérisé la fin des années 1980, particulièrement en Europe, ont également contribué au ralentissement de la demande. Les campagnes menées par les groupes de défense des droits des animaux pour décourager l'achat de vêtements de fourrure ont affaibli les marchés du Royaume-Uni et des Pays-Bas. En même temps, l'éventail toujours croissant de vêtements de dessus offerts aux consommateurs a contribué au recul des vêtements de fourrure en fournissant des produits de substitution. Les consommateurs peuvent, en effet, se procurer des fourrures synthétiques, des manteaux de duvet à la mode et des manteaux doublés à l'aide de nouvelles fibres synthétiques légères.

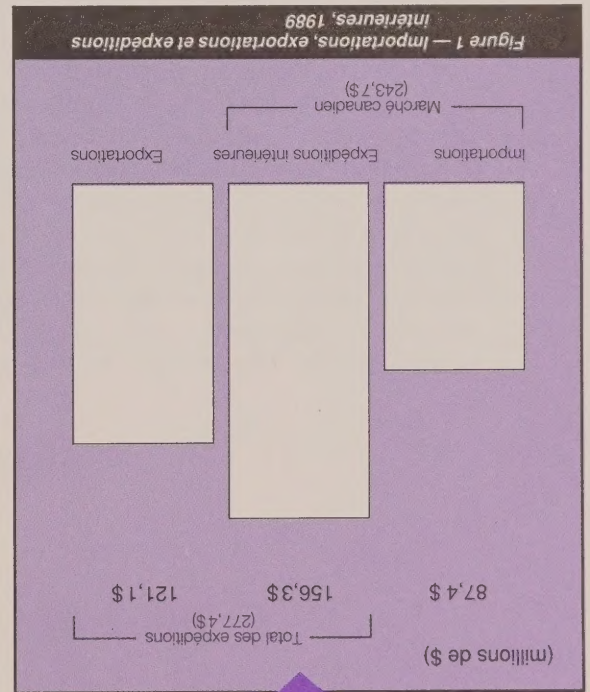
L'instabilité du climat économique a aussi causé des fluctuations dans les exportations. Les vêtements de fourrure sont généralement considérés comme des articles de luxe, et la demande, en particulier pour les produits haut de gamme,



La confection de vêtements de fourrure comprend les étapes suivantes : achat des peaux, teinture et apprêt, dessin du modèle, appariement des peaux, coupe, couture et finition. La plupart des fabricants achètent leurs peaux aux enchères, mais certains se les procurent auprès de courtiers qui peuvent financer leurs achats pour des périodes pouvant aller jusqu'à un an. On évalue à environ 40 % la proportion des fourrures importées, lesquelles proviennent surtout des États-Unis et d'Europe.

Des entreprises spécialisées s'occupent de la teinture et de l'apprêt des peaux. Ensuite, les vêtements sont assemblés par le fabricant, ou confiés à des entreprises spécialisées dans la coupe ou la couture et la finition. On estime que ces sous-traitants, qui font partie intégrante du processus de confection, comptent pour les deux tiers des établissements du secteur. Entre 60 et 65 % de la production se concentre dans les créneaux moyen et haut de gamme du marché des vêtements de fourrure.

Au Canada comme aux États-Unis, les principaux clients de l'industrie sont les magasins indépendants et les chaînes de magasins spécialisés dans la vente de vêtements de fourrure. Au Canada, ces détaillants absorbent, respectivement, 37 et 28 % des expéditions destinées au marché intérieur. Ces dernières années, les ventes de vêtements de fourrure dans les grands magasins ont diminué. Comme les petits détaillants constituent le principal canal de mise en marché des fourrures, la plupart des confectionneurs s'adressent à

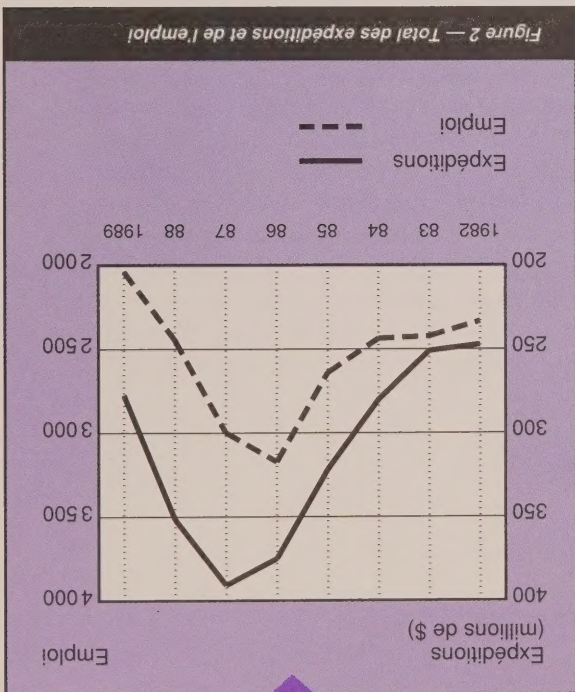


une vaste clientèle. En outre, un bon nombre de fabricants exploitent leurs propres magasins de détail, ou vendent directement au grand public, de leurs ateliers.

Rendement

Du début des années 1970 jusqu'à 1987, le marché des vêtements de fourrure était relativement vigoureux et en hausse constante. Entre 1983 et 1987, les expéditions ont augmenté de 139,8 millions de dollars, ce qui correspond (en dollars courants) à un taux moyen de près de 12 % par année (figure 2). Cette croissance soutenue du marché était en grande partie fondée sur l'élargissement de la clientèle, tant au Canada qu'à l'étranger. Cette progression était largement imputable à la nouvelle demande entraînée par la hausse du nombre de femmes qui travaillent, et qui atteignent relativement jeunes l'autonomie financière. Les vêtements de fourrure se sont aussi « démocratisés ». On a offert aux consommateurs des vêtements de fourrure de style plus décontracté. On a aussi commencé à trouver de nouvelles applications à la fourrure, comme doublure pour des manteaux de tissu, ou en combinaison avec du cuir ou du tissu, par exemple.

Cette période de croissance rapide a été suivie en 1988 et en 1989 par un déclin de la valeur des expéditions de l'industrie. En dollars constants de 1981, les expéditions de 1989 représentaient 216,2 millions de dollars, soit le niveau le plus bas de la décennie.



VÊTEMENTS DE FOURRURE

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à l'industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels l'industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990-1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988-1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael Wilson
 Michael H. Wilson
 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie
 et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

L'industrie canadienne des vêtements de fourrure regroupe les entreprises qui confectionnent des vêtements de fourrure, notamment des manteaux, des chapeaux, des jaquettes, et des étoles à partir de peaux apprêtées et teintes. On estime que le vison, le castor et le castor rasé comptent pour les deux tiers de la valeur de la production canadienne, l'autre tiers étant constitué de rat musqué, de renard, de raton laveur, de coyote, et de plusieurs autres sortes de fourrures.

En 1989, l'industrie canadienne des vêtements de fourrure comprenait 242 établissements et employait 2 039 personnes. Cette année-là, les expéditions de ce secteur se chiffraient à quelque 277 millions de dollars (figure 1). Le montant des exportations s'établissait à plus de 121 millions de dollars, et celui des importations, à environ 87 millions.

Ce secteur est entièrement formé d'entreprises familiales de propriété canadienne. Il s'agit pour la plupart de petites entreprises dont 87 % emploient moins de 20 personnes, et 97 %, moins de 50. La valeur annuelle moyenne des expéditions des entreprises qui emploient moins de 50 employés est d'environ un million de dollars. Cependant, la production est fortement concentrée parmi quelques grandes entreprises. Ainsi, en 1988, l'année la plus récente pour laquelle Statistique Canada disposait de données au moment d'aller sous presse, quelque 12 % des établissements réalisaient à eux seuls environ 43 % du chiffre d'affaires total de l'industrie.

Montréal et Toronto sont les deux grands centres canadiens de confection de vêtements de fourrure. Avantagés par un important bassin de main-d'œuvre et par la proximité des principaux marchés canadiens et américains, ces villes regroupent respectivement environ 75 et 20 % des emplois du secteur selon de récentes statistiques.

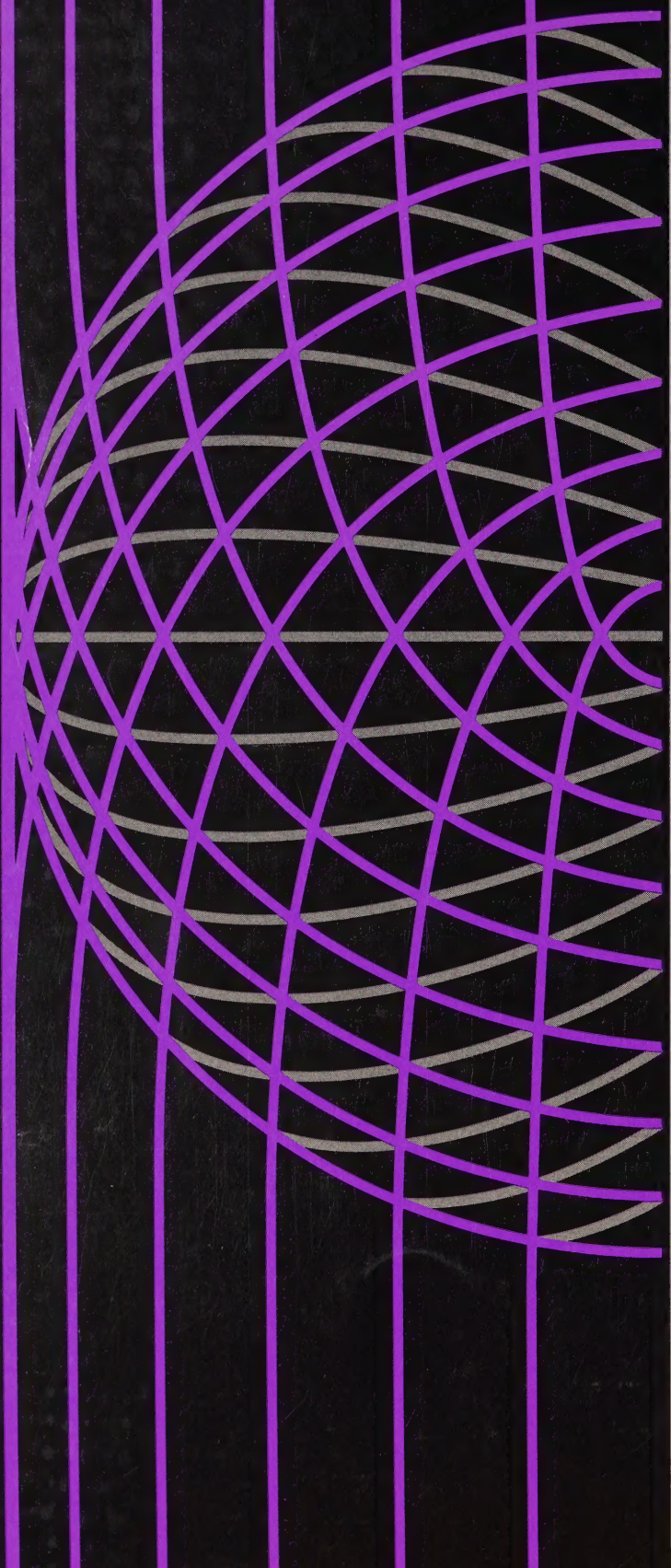
Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve	Nouveau-Brunswick	Saskatchewan	Yukon
Atlantic Place 215, rue Water, bureau 504 C.P. 8950 ST. JOHN'S (Terre-Neuve)	Assumption Place 770, rue Main, 12 ^e étage C.P. 1210 MONCTON (Nouveau-Brunswick)	S.J. Cohen Building 119, 4 ^e Avenue sud, bureau 401 SASKATOON (Saskatchewan)	108, rue Lambert, bureau 301 WHITEHORSE (Yukon)
Tél. : (709) 772-ISTC Tél. : (709) 772-5093	Tél. : (506) 857-ISTC Tél. : (506) 851-6429	Tél. : (306) 975-4400 Tél. : (306) 975-5334	Tél. : (403) 668-4655 Tél. : (403) 668-5003
A1B 3R9	E1C 8P9	S7K 5X2	Y1A 1Z2
Confédération Court Mall National Bank Tower 134, rue Kent, bureau 400 C.P. 1115	Tour de la Bourse 800, place Victoria, bureau 3800 C.P. 247	Canada Place 9700, avenue Jasper, bureau 540	Sac postal 6100 YELLOWKNIFE (Territoires du Nord-Ouest)
CHARLOTTETOWN (Île-du-Prince-Édouard)	MONTRÉAL (Québec)	EDMONTON (Alberta)	X1A 2R3
Tél. : (902) 566-7400 Tél. : (902) 566-7450	Tél. : (514) 283-8185 Tél. : (514) 283-3302	Tél. : (403) 495-ISTC Tél. : (403) 495-4507	Tél. : (403) 920-8568 Tél. : (403) 873-6228
Nouvelle-Écosse	Ontario	Colombie-Britannique	Administration centrale d'ISTC
Central Guaranty Trust Tower 1801, rue Hollis, 5 ^e étage C.P. 940, succursale M HALIFAX (Nouvelle-Écosse)	Dominion Public Building 1, rue Front ouest, 4 ^e étage TORONTO (Ontario)	Scotia Tower 650, rue Georgia ouest, bureau 900	Édifice C.D. Howe 235, rue Queen 1 ^{er} étage, tour Est OTTAWA (Ontario)
Tél. : (902) 426-ISTC Tél. : (902) 426-2624	Tél. : (416) 973-ISTC Tél. : (416) 973-8714	Tél. : (403) 292-4575 Tél. : (403) 292-4578	Tél. : (613) 952-ISTC Tél. : (613) 957-7942
Manitoba	Manitoba	Administration centrale de CEC	Administration centrale de CEC
330, avenue Portage, 8 ^e étage C.P. 981	WINNIPEG (Manitoba)	VANCOUVER C.P. 11610	Édifice Lester B. Pearson 125, promenade Sussex OTTAWA (Ontario)
Tél. : (204) 983-ISTC Tél. : (204) 983-2187	Tél. : (204) 666-0266 Tél. : (204) 666-0277	Tél. : (604) 666-0266 Tél. : (604) 666-0277	Tél. : (613) 993-6435 Tél. : (613) 993-6435
Direction générale des communications Industrie, Sciences et Technologie Canada 235, rue Queen, bureau 704D OTTAWA (Ontario)	Direction générale des communications Industrie, Sciences et Technologie Canada 235, rue Queen, bureau 208D OTTAWA (Ontario)	Direction générale des communications Industrie, Sciences et Technologie Canada 125, promenade Sussex Édifice Lester B. Pearson OTTAWA (Ontario)	Direction générale des communications Industrie, Sciences et Technologie Canada 235, rue Queen, bureau 704D OTTAWA (Ontario)
Tél. : (613) 954-4500 Tél. : (613) 954-4499	Tél. : (613) 954-5716 Tél. : (613) 954-6436	Tél. : (613) 993-6435 Tél. : (613) 993-6435	Tél. : (613) 993-6435 Tél. : (613) 993-6435

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publications d'ISTC ou de CEC, veuillez communiquer avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur le plus près de chez vous. Si vous désirez en recevoir plus d'un exemplaire communiqué avec le Centre de services aux entreprises ou le Centre de commerce extérieur, veuillez communiquer avec l'un des trois bureaux suivants.



Vêtements de fourrure

